

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI PADA *WORD OF MOUTH* DAN NIAT
BELI**

(Studi pada Media Sosial Twitter)



Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas - tugas dan Memenuhi Syarat – syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Disusun Oleh:

FITRIANA LUKI HAPSARI

F 0 2 1 1 0 4 7

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2015

PENGARUH KUALITAS INFORMASI PADA *WORD OF MOUTH* DAN NIAT

BELI

(Studi pada Media Sosial Twitter)

FITRIANA LUKI HAPSARI

F0211047

ABSTRAK

Para pemasar perlu mengetahui bahwa penyampaian informasi yang tepat akan mempengaruhi persepsi konsumen. Selain itu, pemilihan sumber pesan juga sangat mempengaruhi persepsi konsumen tentang suatu informasi. Sehingga bisa mempengaruhi adanya niat perilaku konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi pada *word of mouth (WOM)* dan niat beli. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang aktif menggunakan Twitter. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling* dan data primer diperoleh dari kuesioner. Data yang diperoleh diuji dengan analisis deskriptif, varian, korelasi, manova dan regresi dengan menggunakan *software SPSS 16*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak mendorong adanya *word of mouth (WOM)* namun mendorong adanya niat beli. Sumber pesan dan karakter individu tidak memoderasi antara informasi pada *word of mouth (WOM)* dan niat beli.

Kata kunci : Kualitas Informasi, Sumber Pesan, Karakter Individu, *Word of Mouth (WOM)*, Niat beli

INFLUENCE OF QUALITY INFORMATION ON WORD OF MOUTH AND PURCHASE INTENTION

(Studies in Social Media Twitter)

FITRIANA LUKI HAPSARI

F0211047

ABSTRACT

The marketers need to know that the delivery of the right information will affect consumer perception. In addition, the selection of the message source also affect consumer perception of information. So that could affect their behavioral intentions consumer.

The purpose of this study was to analyze the effect of information on Word Of Mouth (WOM) and purchase intention. The research population is a student at the Universitas Sebelas Maret are actively using Twitter. Samples taken ware of 100 respondents using purposive sampling and primary data obtained from questionnaires. The data obtained were tested with descriptive analysis, variance, correlation, manova and regression using SPSS 16 software.

The test results indicate that the information does not encourage word of mouth (WOM), however it encourages the purchase intention. The source of the message and the individual characters do not moderat between the corralation between information quality on word of mouth (WOM) and purchase intention.

Keywords: Information, Source Message, Individual character, Word Of Mouth (WOM), Purchase Intention

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

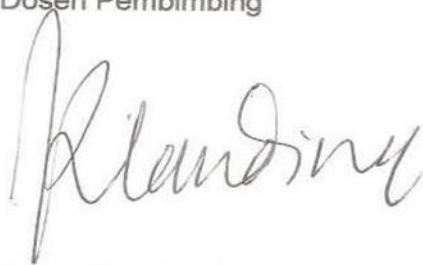
Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI PADA *WORD OF MOUTH* DAN NIAT BELI
(Studi pada Media Sosial Twitter)**

Surakarta, 12 November 2015

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



Retno Tanding Suryandari, Ph.D.

NIP. 197105282000032001

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Surakarta, Desember 2015

Tim Penguji Skripsi

- | | | |
|--|--------------------|---|
| 1. <u>Dra. Soemarjati Tj. MM</u>
19510809 198503 2 001 | Sebagai Ketua | () |
| 2. <u>Siti Khoriyah, SE, M.si</u>
19760206 2005012 001 | Sebagai Anggota | () |
| 3. <u>Retno Tanding Suryandari, Ph.D.</u>
NIP. 197105282000032001 | sebagai Pembimbing | () |

Disahkan Oleh
Ketua jurusan Manajemen



Reza Rahadian, SE, M.si
NIP. 197406092000121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Fitriana Luki Hapsari
NIM. : F0211047
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Informasi pada *Word Of Mouth* dan Niat Beli
(Studi pada Media Sosial Twitter)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 12 November 2015
Mahasiswa



Fitriana Luki Hapsari
NIM. F0211047

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Alm. Bapak yang sudah berbahagia di surga

Ibu yang selalu tegar dan sabar yang tak pernah lelah memberikan cinta
kasih dan doa

Kepada Saya sendiri yang tidak memilih untuk putus asa namun memilih
untuk terus berusaha

HALAMAN MOTTO

**JANGAN PERNAH MENYERAH JIKA KAMU MASIH
INGIN MENCOBA. JANGAN BIARKAN PENYESALAN
DATANG KARENA SELANGKAH LAGI UNTUK
MENANG
(R.A. KARTINI)**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segenap puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Informasi pada *Word Of Mouth* dan Niat Beli (Studi pada Media Sosial Twitter)” dapat diselesaikan oleh penulis yang merupakan sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Reza Rahardian, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Retno Tanding Suryandari, Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik.
5. Teristimewa kepada Orang Tua penulis Ibu Maida Nirawati, S.Pd dan Alm. Bapak Bambang Prayitno, B.A yang selalu mendoakan, memberikan motivasi

dan pengorbanannya baik dari segi moral maupun materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Kakak Fitria Bayun Andreana beserta keluarga Mas Harsono, Shofyan Farrel Albyakta dan Daiva Brian Bayuputra.
7. Seluruh keluarga besar Sumominjoyo
8. Fikrina Faraidi Fardani, Dian Rakhmawati Putri Ersita dan Rifqi Surya Darendra yang telah rela membantu dalam proses penulisan
9. Tim Ruwet (Fiki, Ibeth, Ersita, Deyanda, Jojo, Dhanu, Danu, Dyka, Komang, Denny, Hafid) yang telah seperti keluarga kedua bagi saya
10. Rekan-rekan Manajemen 2011.
11. Keluarga besar KKN Suroteleng
12. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 11 November 2015

Penulis,

Fitriana Luki Hapsari

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
---------------------	---

Abstrak	ii
Abstract	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Pernyataan	vi
Halaman Persembahan	vi
Halaman Motto	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	7
----------------------------	---

2.1.1 Kualitas Informasi	7
2.1.2 Sumber Pesan	8
2.1.3 Karakter Individu	10
2.1.4 <i>Word Of Mouth</i>	11
2.1.5 Niat Beli	13
2.1.6 Media Social	14
2.2 Perumusan Hipotesis	17
2.3 Kerangka Penelitian	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Dan Desain Penelitian	19
3.2 Desain Penelitian	20
3.3 Sampel Penelitian	21
3.4 Prosedur Penelitian	21
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
3.6 Metode Pengujian Data	24

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Responden	28
---	----

4.2 Uji Validitas Dan Reabilitas	31
4.3 Analisis Varian	35 - 38
4.4 Analisis Korelasi	39
4.5 Analisis Manova Dan Regresi	41
4.6 Analisis Hasil Penelitian	50

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Implikasi Teoritis	56
5.3 Implikasi Praktis	57
5.4 Keterbatasan Penelitian	57
5.5 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

III.1 Jumlah Sampel	25
IV.1 Distribusi Responden	35
IV.2 Hasil Pengujian Validitas KMO and Bartlett's Test	38
IV.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas	39 - 40
IV.4 Hasil Uji T-Test Stimulus	42
IV.5 Hasil Uji T-Test Dependensi <i>word of mouth</i>	43
IV.6 Hasil Uji T-Test Dependensi Niat Beli	44
IV.7 Hasil Uji Korelasi	45
IV.8 Hasil Uji Manova	48
IV.9 uji F Pada <i>word of mouth</i>	50
IV. 10 Hasil Uji T	51
IV. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
IV. 12 Hasil Uji F pada niat beli	53
IV. 13 Hasil Uji T	54
IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55